

# **STRATEGI PENGEMBANGAN POTENSI WISATA RELIGIUS BUKIT KASIH TOAR LUMIMUUT KANONANG KABUPATEN MINAHASA**

**OLIVIA FRANSISKE CHRISTINE WALANGITAN**

**Abstract:** a reliable regional tourism industry should have a marketing concept in the form of management applied to seize the tourism market. The purpose of this study was to determine how the strategy of development of religious tourism potential Hill Love Toar Lumimuut Kanonang ''.

This study uses survey research aims to examine all the elements involved in the management and development of the Mount of Love. Location done in the village Kanonang, namely the attraction of religion "Hill Love Toar Lumimuut". For the primary source of data, the number of respondents was taken 100 500 visitors and 50 100 merchants.

The results showed Hill Love Kanonang should be able to optimize the potential or become competitive advantages and capabilities Hill Love Kanonang management should be encouraged and become better.

**Keywords:** Development of Tourism Potential

## **PENDAHULUAN**

Pada awalnya objek wisata religius Bukit Kasih Kanonang hanya dikenal oleh penduduk sekitar (masyarakat desa Kanonang) untuk melaksanakan ibadah padang oleh Jemaat Bukit Sion Kanonang. Pada tahun 1999 Jemaat Bukit Sion Kanonang membangun tempat ini sebagai Bukit Doa. Dinamakan Bukit Doa karena lokasinya terletak diantara perbukitan dan tempat pemandian air panas bagi masyarakat desa Kanonang.

Adanya Bukit Doa Kanonang kemudian menarik perhatian pemerintah daerah Sulawesi Utara untuk mengembangkan kawasan Bukit Doa sebagai objek wisata religius. Pencanangan dilakukan sebagai simbolisasi Tahun Kasih tanggal 1 Januari 2002 yang merupakan tahap awal dari pengembangan objek wisata Bukit Doa Kanonang. Ini berdampak terhadap kunjungan

objek wisata Bukit Doa Kanonang mengalami peningkatan yang luar biasa. Bukit kasih ini menjadi objek wisata budaya dan religius yang terkemuka di Sulut. Setiap harinya ratusan bahkan ribuan orang yang datang. Sebulan dapat ditaksir kunjungan ke Bukit Kasih mendekati seratus ribu pengunjung.

Keunikan kawasan Bukit Kasih ini yaitu lokasi wisatanya merupakan lokasi wisata religius; karena setiap orang yang berkunjung dapat melakukan kegiatan ritual sesuai agama dan kepercayaannya di lokasi ini. Dikarenakan simbol dari semua agama yang ada di Indonesia ada di Bukit Kasih Kanonang.

Berdasarkan fakta dan uraian di atas maka timbul suatu permasalahan yang penting mengenai manajemen pengembangan Bukit Kasih Kanonang karena belum memenuhi standar internasional jika dibandingkan dengan manajemen kawasan wisata Pantai

Kuta Bali, Kawasan Wisata Candi Borobudur di Jawa Tengah. Kegiatan pariwisata Bukit Kasih Toar Lumimuut belum menyentuh konsep pemasaran industri pariwisata yang profesional. Menurut Wahab (1992), suatu kawasan industri pariwisata yang handal harus memiliki konsep pemasaran berupa manajemen terapan untuk merebut pasar pariwisata. Konsep pemasaran itu meliputi; 1) Susunan organisasi yang jelas dan tepat, khusus untuk kegiatan pariwisata yaitu susunan organisasi pengelolaan kawasan harus berorientasi pasar yang dinamis, setiap komponen yang ada dalam kawasan pariwisata harus mempunyai orientasi bisnis untuk menjual produk kepada pasar wisata. 2) Teknik-teknik manajemen yaitu seluruh kegiatan yang dilakukan dengan melihat pada kebutuhan pasar berupa perubahan-perubahan sistem kinerja yang dinamis sesuai dengan kebutuhan pariwisata. 3) Konsep mengenai peningkatan hasil pemasaran yaitu upaya yang terus menerus dilakukan untuk merubah pola kegiatan dalam rangka meningkatkan minat konsumen. Untuk memecahkan masalah itu diperlukan penelitian tentang strategi pengembangan kawasan wisata Bukit Kasih Kanonang yang merupakan dasar untuk dilakukan penelitian tentang strategi pengembangan kawasan wisata. Pengembangan potensi wisata religius suatu studi kasus objek wisata religi “Bukit Kasih Toar Lumimuut” Kanonang Kabupaten Minahasa perlu dilakukan kajian lebih mendalam terutama dalam sistem manajemen pengembangan agar supaya menghasilkan

profit yang lebih besar didalam meningkatkan hasil pendapatan asli daerah. Potensi wisata sebagai modal dasar sebagai daya dukung arus wisatawan baik dari segi kebijakan pemerintah, dukungan masyarakat desa Kanonang, dan daya tarik objek wisata. Dari uraian di atas permasalahan penelitian dirumuskan sebagai: Bagaimana strategi untuk mengembangkan potensi wisata religius Bukit Kasih Toar Lumimuut Kanonang”. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana strategi pengembangan potensi wisata religius Bukit Kasih Toar Lumimuut Kanonang”.

## **METODE PENELITIAN**

Dalam penelitian penulis menggunakan metode penelitian survey yang bertujuan untuk meneliti seluruh unsur yang terkait dalam manajemen pengelolaan dan pengembangan Bukit Kasih. Lokasi dilakukan di Desa Kanonang, yakni pada objek wisata religi “Bukit Kasih Toar Lumimuut”. Untuk sumber data secara primer, jumlah responden diambil 100 orang dari 500 pengunjung dan 50 orang dari 100 pedagang. Kemudian tahap pengumpulan data juga sebagai kegiatan pengklasifikasian dan pra-analisis. Berikut ini adalah tahap-tahap pengumpulan data yaitu: a) Observasi, dengan cara mengamati secara langsung objek wisata Bukit Kasih Kanonang dan mengambil sampel bagi para pengunjung serta unsur yang lainnya, b) Wawancara, dilakukan untuk mengumpulkan data dengan melakukan tanya jawab kepada pengunjung dan unsur lainnya yang ada di kawasan wisata

Bukit Kasih Kanonang, c) Analisis Data, untuk melihat arus kunjungan wisata local dan mancanegara di objek wisata Bukit Kasih Kanonang dengan menggunakan analisa statistis deskriptif. Sedangkan untuk pengembangan objek wisata digunakan Analisa SWOT, d) Instrumen Penelitian, digunakan kuesioner (daftar pertanyaan) untuk mendapatkan data atau informasi yang diperlukan dari para responden. Disamping itu, agar penelitian dapat lebih terarah dan objektif, maka diperlukan teknik interview guide atau wawancara langsung dengan responden kuesioner. Sedangkan untuk mendapatkan data sekunder dilakukan dengan cara penelitian documenter yaitu memeriksa atau melihat data yang diperoleh dari lokasi penelitian dan instansi terkait.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

Dari kondisi lapangan yang dilakukan penelitian dengan berbagai tahapan maka Strategi Pengembangan Bukit Kasih adalah sebagai berikut:

1. Perlu dibangun Hotel Melati dengan arsitektur daerah dan terkesan umah adat tetapi modern. Hal ini dimaksudkan untuk memberi perteduhan yang nyaman dan bersahabat dengan lingkungan , bagi pengunjung yang ingin menikmati keindahan alam.
2. Barang-barang /souvenir yang ringan perlu dirancang dan dikembangkan dari waktu ke waktu, sebab salah satu hal penting dalam tourism adalah

membawa souvenir dari daerah yang dikunjungi.

3. Power water dan water supply di kompleks Bukit Kasih Kanonang perlu diadaakan dan mudah dijangkau oleh semua pengunjung dan menjamin kontinuitas supply air di kolam renang yang tersedia. Beberapa fasilitas lokasi harus ditopang oleh pembangkit tenaga supply air
4. Pembangunan kereta layang yang memudahkan pengunjung mengakses seluruh keindahan wisata alam. Untuk lebih memberi warna khusus bagi lokasi ini, terutama juga karena topografinya cukup menantang maka pembangunan kereta layang akan memperindah lokasi dan akan menarik penbgunjung yang lebih banyak.
5. Trayek langsung dari Manado ke Bukit Kasih Kanonang perlu diadakan agar masyarakat dapat menjangkau lokasi ini dengan mudah, cepat dan murah. Masyarakat yang ingin ke lokasi wisata terutama akan mempertimbangkan berapa dana yang harus dikeluarkan, dan satu hal yang penting adalah transportasi sangat mempengaruhi terhadap peningkatan pengembangan kawasan wisata Bukit Kasih Kaonang ini. Karena trayek langsung dari ibukota kelokasi akan mempermudah serta biaya kelokasi tidak memerlukan biaya yang besar atau mahal sehingga kunjungan kelokasi Bukit Kasih akan mengalami peningkatan yang baik.

6. Promosi ke luar daerah dan ke luar negeri terutama Singapura, Malaysia, Bangkok, Eropa dan Amerika perlu dilakukan dengan gencar. Promosinya bisa dengan cara membuka situs lewat internet, membuat liflet-liflet, dll. Wisatawan mancanegara yang masuk ke Sulut paling banyak berasal dari Singapura, Belanda, Jepang, Perancis. Untuk itu promosi ke Negara-negara tersebut harus menjadi prioritas. Tetapi juga promosi ke dalam negeri terutama wilayah Sulawesi dan Jawa harus dilakukan.
7. Pendidikan bahasa asing terutama Bahasa Inggris, Jepang, dan Mandarin perlu dilakukan bagi anak-anak diseperti lokasi agar memudahkan komunikasi antara pengunjung/turis dengan warga. Sejalan dengan banyaknya kunjungan wisatawan mancanegara yang berasal dari Negara-negara seperti disebutkan diatas maka pendidikan bahasa tersebut perlu dilakukan bagi anak-anak muda.
8. Pertunjukkan seni budaya perlu secara rutin dilakukan dikompleks Bukit Kasih, baik karena banyaknya penonton maupun sedikit. Wisatawan umumnya ingin kesenian karena itu pertunjukkan secara rutin akan menjadikan wisatawan merancang jadwalnya untuk melakukan kunjungan ke lokasi yang jadwalnya untuk melakukan kunjungan ke lokasi yang jadwal pentasnya jelas.
9. Kesenian modern, tarian maupun seni suara perlu juga dikembangkan dan dijadikan objek wisata yang dipertunjukkan secara insidentil dilokasi wisata. Ada kecenderungan kesenian hanya diminati oleh warga asing, karena itu perlu juga kesenian modern dikembangkan dilokasi wisata untuk menjamin kontinuitas kunjungan wisatawan domestik yang akan terus berpotensi dalam melakukan kunjungan.
10. Festival-festival kesenian maupun olahraga yang banyak dinikmati dilaksanakan secara rutin.
11. Paket wisata harus ada karena pada umumnya para wisatawan tidak hanya ingin mengunjungi satu tempat saja. Perlu adanya kerjasama dengan biro perjalanan untuk mengadakan paket wisata.
12. Merangsang seniman untuk terus menghasilkan karya-karya seni yang dapat ditawarkan dan menarik kepada pengunjung yang lama kelamaan akan menghasilkan karya seni yang bagus dan berkualitas tinggi.
13. Kampanye sadar wisata bagi masyarakat di sekitar lokasi perlu secara sadar dan terus menerus dilakukan seperti kebersihan, keamanan, keramahan dan lingkungan hidup. Orang berwisata dan tertarik untuk datang kesuatu daerah disebabkan oleh faktor kebersihan, keamanan, keramahan dan lingkungan hidup yang nyaman. Hal ini perlu dilakukan secara

terus ,menerus disadarkan kepada masyarakat sekitar agar dengan sadar melakukannya. Kunjungan yang banyak akan mendatangkan keuntungan juga bagi mereka, terutama karena pembelian barang-barang yang mereka hasilkan sendiri dan juga pembayaran lainnya yang harus dikeluarkan pengunjung.

14. Bertambahnya jenis pariwisata yang sejenis seperti Bukit Doa Amurang, Bukit Doa Warembungan, Bukit Doa Kelong Tomohon, menyebabkan terjadinya persaingan dalam promosi wisata. Untuk mampu dan bersaing Bukit Kasih Kanonang harus menonjolkan potensi dan keunikan tersendiri
15. Untuk tercapai pelayanan yang professional maka manajemen pengelolaan diserahkan kepada pihak swasta agar supaya keuntungan (profit) bisa maksimal, baik pengelolaan kawasan wisata, tempat parkir, dll.
16. Ketidak bergantung kepada pemerintah harus dikembangkan
17. Adanya manajemen dalam hal pendapatan, pengelolaan fasilitas pendukung (kebersihan, keamanan, keindahan, dll)
18. Pengelolaan berkualitas internasional harus dilakukan seperti manajemen di Pulau Bali dengan cara para pengelola harus diadakan studi banding, pelatihan-pelatihan, seminar dan penataran.

19. Sistem pertanggung jawaban keuangan (audit) harus ada.

Berdasarkan uraian diatas dengan didasarkan pada hasil analisa deskriptif dan analisa swot, untuk mampu bersaing dan mendatangkan banyak wisatawan Bukit Kasih Kanonang harus mampu mengoptimalkan potensi atau keunggulan yang menjadi daya saing dan kemampuan manajemen pengelolaan Bukit Kasih Kanonang harus dipacu dan menjadi lebih baik.

## **SIMPULAN DAN SARAN**

### **Simpulan**

Untuk meningkatkan pengembangan wisata Bukit Kasih Kanonang perlu diperhatikan :

- a. Landasan untuk strategi pengembangan harus dilihat pada unsur-unsur pengembangan potensi menjadi landasan utama setelah diadakan pendekatan SWOT baik itu dari kekuatan fisik maupun kekuatan sosial untuk mengantisipasi peluang yang tersedia, agar objek wisata Bukit Kasih mampu bersaing dan wisatawan yang datang mengalami peningkatan yang signifikan.
- b. Dengan melihat tantangan/ancaman peranan pemerintah masih sangat besar. Belum dipunyainya keunggulan yang menjadi daya saing objek wisata Bukit Kasih dengan objek wisata sejenis lainnya. Pengoptmalisasian semua potensi objek wisata Bukit Kasih

merupakan jawaban dalam mengantisipasi kelemahan dan menghadapi ancaman.

- c. Promosi objek wisata Bukit Kasih dari pengunjung yang pernah datang baik melalui kelompok keagamaan, pendidikan, sosial cukup tersosialisasi sementara dari iklan layanan melalui media elektronik, surat kabar masih kurang.
- d. Terhadap tingkat kesejahteraan masyarakat Kanonang melalui aktivitas ekonomi telah menimbulkan perubahan hidup yang cukup besar melalui tambahan pendapatan.

#### Saran

- a. Untuk mampu bersaing dan mendatangkan banyak wisatawan dan pendapatan dari masyarakat Kanonang lebih meningkat, pengembangan potensi yang menjadi landasan yang kuat untuk bisa meraih pasar serta mengatasi kelemahan dalam menghadapi ancaman.
- b. Perlu mengoptimalkan semua potensi yang ada dengan cara selain adanya fasilitas-fasilitas non fisik, fasilitas-fasilitas fisik sangat diperlukan antar lain : dibuatnya kereta layang, dibangunnya Hotel atau Cottage-cottage.
- c. Dukungan pemerintah dalam mengagendakan wisata Bukit Kasih melalui Dinas Pariwisata Sulut melalui Dinas Pariwisata Minahasa untuk dimasukkan dalam agenda promosi serta

memanfaatkan media elektronik untuk mensosialisasikannya serta mengoptimalkan potensi yang ada dan kemampuan manajemen pengelolaan objek wisata Bukit Kasih Kanonang.

#### Daftar Pustaka

- Amirin Tatang, 1990, *Menyusun Rencana Penelitian*, Rajawali Press Jakarta.
- Anonimus, 2001, *Renstra Pariwisata Sulawesi Utara*.
- Assail Hendry, 1997, *Consumer Behavior and Marketing Action*, South Western College Publishing.
- Donald E. Lundberg, 1997, *Ekonomi Pariwisata*, PT. Gramedia Pustaka Utama, Jakarta
- Eugene Kelly, 1965, *Marketing Strategy and Function*, Prentice-Hall Inc
- Jack Trow dan Steve Rivkin, 2001, *Bertahan Hidup di Era Kompetisi Yang Mematikan Differentia*, Or. Z. E. Erlangga
- Rangkuty Fredy, 1999, *Analisa SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis*, Gramedia Pustaka Utama, Jakarta
- Sakah Wahab, 1992, *Pemasaran Pariwisata*, PT. Pradnya Paramitha.
- Sejarah Desa Kanonang, 2004, edisi I, Kanonang